

## **ABSTRAK**

Pariwisata merupakan salah satu industri yang saat ini digenjot dan dibangkitkan pertumbuhannya oleh pemerintah Indonesia. Pemerintah daerah di Indonesia yang berbenah seiring dengan langkah pemerintah nasional itu adalah Kabupaten Ciamis, Jawa Barat. Wisata Pantai Karapyak yang Pengelolaannya masih swadaya masyarakat. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan strategi komunikasi pemasaran pariwisata Pantai Karapyak yang dilakukan oleh pengelola pantai di desa Bagolo, faktor pendukung dan penghambat strategi komunikasi pemasaran. Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. teknik pengumpulan data yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi. Data yang diperoleh dari penelitian dilaporkan, selanjutnya dianalisis dan dipaparkan secara deskriptif untuk mendapatkan gambaran fakta yang ada dan untuk menjawab pertanyaan pada rumusan masalah. Hasil penelitian meunjukkan bahwa pengelola Pantai Karapyak sudah menggunakan strategi komunikasi pemasaran yaitu berupa bauran promosi pemasaran diantaranya Promosi Penjualan, Hubungan Masyarakat, dan Online Marketing, Kemudian secara tidak langsung ketiga promosi tersebut menghasilkan “word of mouth” atau pemasaran dari mulut ke mulut. Target komunikasi pemasaran adalah pengunjung yang berasal dari semua kalangan, baik dari turis domestik maupun turis-turis manca negara. Dalam kepengelolaannya belum terorganisir dengan baik dan dilakukan seadanya. Pemerintah diharapkan segera ikut ambil bagian dalam kepengelolaan. Masyarakat desa Bagolo sangat peduli dengan kemajuan Pantai Karapyak, masyarakat sadar bahwa objek wisata ini akan berkembang seiring pengelolaan yang baik, dan kepedulian seluruh elemen masyarakat akan kebersihan dan pelestarian Pantai Karapyak.